

Interview mit Maria Kopelent, Unternehmensberaterin

## Erst Transparenz schaffen

41 - 2000.



**Maria Kopelent, Diplom-Psychologin und Beraterin mit Sitz in Regensburg.**

**Studium der Psychologie in Regensburg, Erlangen und Köln, Zusatzausbildungen in Einzelberatung, Moderation, Konfliktmanagement/Mediation, Persönlichkeitsanalyse, Steuerung von Gruppenprozessen, Organisationsentwicklung, Teamentwicklung, Psychotherapie.**

**Seit 1988 selbständig mit dem ganzheitlichen Ansatz „Unternehmensentwicklung mit Wirkungsanalysen und Wirkungsspiralen“ in Deutschland, Europa, USA in Industrie und Wirtschaft tätig.**

**Oft stimmt die Corporate Identity eines Unternehmens nicht mit dem Verhalten seiner Mitarbeiter überein. Die Unternehmensberaterin Maria Kopelent befragt Mitarbeiter, Kunden und Außenstehende, um ein möglichst ganzheitliches Bild des Unternehmens zu zeichnen.**

Maria Kopelent: Der Begriff ruft anfangs häufig eher Skepsis hervor. Doch ich vertrete die Auffassung, dass es keine Patentrezepte zur Unternehmensentwicklung gibt. Indem man Mode-Trends wie Business Reengineering oder Lean Management den Unternehmen einfach überstülpt, ohne zu prüfen, ob dies zur Identität und Entwicklung des Unternehmens passt, schafft man oft keine Veränderung.

Wirkungsanalysen gehen genau andersherum an die Beratung heran: Sie machen zunächst die Identität des Unternehmens transparent und dann werden die Maßnahmen individuell und gemeinsam abgeleitet. Wichtig ist, dass die Unternehmen ihre eigenen Prinzipien passend zur Unternehmenskultur finden.

Markt&Technik: Wie läuft so ein Interview ab?

Maria Kopelent: Ich setze im Gespräch nur den groben Rahmen zu bestimmten Themen und fungiere quasi als Schnittstelle. Der Mitarbeiter oder Kunde beschreibt sein Bild zu einem Sachverhalt, gibt seine subjektive Meinung ab, erklärt auch, was sich seiner Meinung nach verändert hat und warum. Auch wenn der Befragte zu Anfang eher allgemeine Dinge berichtet: die für ihn wesentlichen kommen stets zur Sprache! Diese Punkte ziehe ich heraus und vergleiche sie mit den Kernaussagen der anderen Teilnehmer. So erhält man eine Reihe von Meta-Ergebnissen, die ich aufgestückelt in Form einer Präsentation erläutere. Ziel und Zweck ist es, die Abläufe transparent zu machen. Erst wenn man so weit ist, sieht man auch die Möglichkeiten zur Veränderung.

Markt&Technik: Und dann kommt das schwerste Stück Arbeit!

Maria Kopelent: Der Geschäftsleitung kann die Umsetzung selten alleine überlassen werden, denn damit ist sie meistens einfach überfordert. Nur weil ein Unternehmen für eine Analyse bezahlt und Ergebnisse kennt, muss sie diese noch lange nicht realisieren. Auf Wunsch begleiten und unterstützen wir aber unsere Kunden dabei. Diesen Beratungsprozess bezeichnen wir als Wirkungsspirale – ein abstrakter Begriff für eine sehr praxisorientierte Tätigkeit! Umsetzungs-, Entscheidungs- und Folge-Workshops, aber auch Interventionen wie Konfliktmanagement oder Einzelberatung und Coaching können integriert werden.